

INTISARI

Pertarungan dalam ranah pemasaran politik mulai bergeser. Perkembangan teknologi dan pasar potensial politik yang berganti menjadi generasi milenial perlu disikapi oleh pelaku politik di Indonesia. Kedekatan generasi milenial dengan akses internet memberikan peran baru bagi media sosial berbasis internet. Media sosial dapat menjadi saluran pemberian informasi politik dari pelaku politik yang ditujukan kepada generasi milenial di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh diseminasi pesan politik melalui media sosial terhadap *political efficacy* dan pengetahuan politik. Selain itu penelitian ini juga menguji pengaruh diseminasi pesan politik melalui media sosial terhadap *political efficacy* dan pengetahuan politik secara bersama-sama terhadap partisipasi politik generasi milenial. Penelitian ini menggunakan metode survai kepada 350 responden yang merupakan generasi milenial di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diseminasi pesan politik melalui media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *political efficacy* dan pengetahuan politik generasi milenial. Selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa diseminasi pesan politik melalui media sosial, *political efficacy* dan pengetahuan politik secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi politik generasi milenial di Indonesia. *Political efficacy* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap partisipasi politik generasi milenial di Indonesia. Hasil dan analisis penelitian ini ditujukan untuk memberikan kajian terkait pemasaran politik serta memberikan masukan kepada pelaku politik di Indonesia agar dalam melakukan pemasaran politik dapat melakukan dengan cara yang efektif guna meningkatkan partisipasi politik generasi milenial di Indonesia.

Kata kunci: Pemasaran politik, diseminasi pesan politik, Pengetahuan politik, *political efficacy*, partisipasi politik, media sosial dan generasi milenial.

ABSTRACT

The battle in the realm of political marketing began to shift. Technological developments and potential political markets that turn into millennial generations need to be addressed by political actors in Indonesia. Millennial generation which familiar with internet access gives new role for internet based social media. Social media can be a channel of political information from political actors aimed at millennial generation in Indonesia. This research was conducted to examine the effect of dissemination of political messages through social media to political efficacy and political knowledge. In addition, this study also examines the effect of dissemination of political messages through social media to political efficacy and political knowledge collectively to the political participation of millennial generation. This research used survey method to 350 responden which is millennial generation in Indonesia. The results of this study indicate that the dissemination of political messages through social media has a positive and significant influence on the political efficacy and political knowledge of the millennial generation. In addition, this study also found that the dissemination of political messages through social media, political efficacy and political knowledge are equally positively and significantly affecting the political participation of millennial generation in Indonesia. Political efficacy is the most influential variable to the millennial generation's political participation in Indonesia. The results and analysis of this research is aimed to provide study related to political marketing and give input to political actors in Indonesia so that in doing political marketing can do in an effective way to increase millennial generation political participation in Indonesia.

Key words: *Political marketing, dissemination of political messages, political knowledge, political efficacy, political participation, social media and millennial generation.*